

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pemasaran .....	8
2.1.2. Perilaku Konsumen .....	10
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	12
2.1.4. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	14
2.1.4.1. Aktifitas Promosi .....	14
2.1.4.2. Persepsi Harga.....	16
2.1.4.3. Citra Merk .....	19
2.1.4.4. Hubungan Aktifitas Promosi dengan Keputusan Pembelian	20
2.1.4.5. Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian ...	21
2.1.4.6. Hubungan Citra Merk dengan Keputusan Pembelian.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	25
2.4 Hipotesis.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	27
3.1.1 Variabel Penelitian .....	27
3.1.2 Definisi Operasional .....	28
3.2 Metode Analisis .....	31
3.3 Populasi dan Sampel .....	32
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	34
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	34

3.6. Metode Analisis Data.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	42
4.1.1 Gambaran Umum Responden.....	42
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	43
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	44
4.2.1 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	45
4.2.2 Deskripsi Variabel Aktifitas Promosi.....	45
4.2.3 Deskripsi Variabel Persepsi Harga.....	46
4.2.4 Deskripsi Variabel Citra Merk .....	47
4.3 Analisis Hasil Penelitian .....	48
4.3.1. Uji Validitas .....	48
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	49
4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	50
4.3.3.1 Uji Normalitas .....	50
4.3.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.3.3.3 Uji Multikolinieritas.....	54
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	55
4.3.5 Uji Hipotesis .....	56
4.3.6 Uji Kelayakan Model .....	57
4.3.7 Uji Koefisien Determinasi .....	58
4.4 Pembahasan.....	58
4.4.1 Pengaruh Pengaruh Aktifitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian ..	59
4.4.2 Pengaruh Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.4.3 Pengaruh Pengaruh Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian .....	61
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	62
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	64
5.4 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA .....	66
LAMPIRAN.....	68